

奥克斯夺得中国好声音“冠军”

好空调奥克斯，在做好产品和做好售后服务的同时，积极参与支持社会公益文化事业，在社会上取得了非常好的口碑。

持续一整个夏天的《中国好声音》第三季正式收官，今年新加入赞助商队伍的奥克斯，无疑是其中极具亮点、收获颇丰的一个。通过支持中国好声音这文化节目，奥克斯空调开启了向受众时尚“转身”的营销之路，专家风趣地说，中国好声音的大赢家——冠军不是她，而是奥克斯空调。

奥克斯步入时尚之路

奥克斯通过支持文化事业，进行跨界营销已经不是首次。今年6月，《变形金刚》系列电影最新一集《变形金刚4：绝迹重生》在中国登陆，作为全球首部采用IMAX3D数字摄影机拍摄的影片，《变4》备受网友期待。继去年助阵李连杰主演的大片《不二神探》后，奥克斯空调联合《变4》，上演了一场主题为“《变4》来袭悦享豪礼”的营销盛宴，受到广大观众的一致好评。

业内专家指出，好空调奥克斯与中国好声音联手，不只是家电圈与娱乐圈的跨界营销整合，而是一次面向用户需求和体验下的平台与平台之间的精准对接，最终为市场和用户提供更舒适、更享受的观感和视觉体验，将会开创空调产业创新的先河。

俘获年轻受众的心

奥克斯与中国好声音的合作，不只在“黄金时段”品牌形象展示的合作，还包括借助《中国好声音》唱响《中国好声音》的交互式营销变革。其核心还在于打破了传统营销赞助的半边模式，借助了微信、微博等新媒体平台构筑了企业、节目与用户的“三方互动”，并通过“玩转奥克斯大乐透”活动实现落地，从而将文化赞助行为，变成一场面向全国用户的长时间体验与交互。

事实上，在短短3个月时间内，活动在全网引发了一千多万网民关注，参与竞猜活动的网民更是高达200多万人次，奥克斯空调官方微信公众账号粉丝关注度一下翻了10倍，整个活动信息覆盖超过3亿以上网民。不但为奥克斯赚取了品牌传播和关注，同时也为奥克斯积累了大



量的粉丝，而获得大量粉丝关注的价值在于，未来会给奥克斯带来无法估计的长尾收益。这次活动刷新了人们对于传统空调企业与用户交互频率的认知、达到了空调品牌传统促销活动难以企及的营销高度。与之配合的由最新的iPhone6手机、爆款奥克斯新品空调，数以千计的好声音CD、T恤、话筒、柠檬杯以及价值上亿的奥克斯空调购机抵用券组成的丰厚奖品阵容，也带给了所有参与者“前所未见”的收获，堪称是双赢的营销典范。

无论是累积参与人数、发放奖品总额、搜索引擎影响力，“奥克斯大乐透”均牢牢占据2014移动互联网同类活动排行榜首。

奥克斯转型之战旗开得胜

奥克斯为何花巨资站队中国好声音？又为何要借助互联网方式与观众开展互动？对奥克斯来说，这背后蕴含着一直转型升级的大棋。营销专家指出，支持参与电视文娱节目——中国好声音，则是奥克斯营销转型之路最坚实的一步，不仅让亿万观众看到了一个与时尚为伍的空调品牌，更收获了数以万计的粉丝和更多的潜在客户。中国好声音虽然已经收官，但是奥克斯的转型之路显然还在继续。

三上料理和义店盛大开幕



10月20日，位于和义大道购物中心二层的三上料理店盛大开幕。作为宁波首家旗舰店，其装修风格前卫新颖，用

餐环境优美明亮，美丽的江景尽收眼底。

三上料理是源自香港的料理品牌，在“选料上乘、服务优质”的宗旨下，不但充分共享香港、日本等原产地优质合作伙伴，还不断拓展挪威、芬兰、苏格兰、澳大利亚等国际优质海产品供应渠道，并同步发展大连、青岛、广州等多地盛名的优质海鲜供应商作为合作伙伴，产地直采，急鲜运输，确保将最新鲜的海鲜提供给消费者。

徐若晖

王克助阵“飞利浦创新优生活”宁波站

10月25日下午，好声音人气学员王克将于苏宁宁波万达广场路演现场亮相，现场演唱歌曲和参与互动活动，让消费者得到超优质品牌购物体验的同时还能一睹好声音学员的风采。

创新产品见微知著领风采

作为飞利浦“点赞好声音，畅享优生活”品牌路演的重头戏，现场将展示诸多创新产品：飞利浦电须刀S9911，先进的电须刀，创新V型精确剃须系统和8向贴面感应科技，带来极致剃须体验；飞利浦声波震动牙刷HX9332，非凡流动洁力，全面清洁牙间隙和牙龈线；飞利浦智能感应电吹风HP8270，应用独特的TempPrecision智能感应装置，打造宛若自然干发的健康水润秀发；飞利浦空气净化器AC4373，实时监测，远程智控，为你守护全世界最重要的那片空气；飞利浦触摸感应电脑版智能电饭煲HD3095，独有双核芯发热

盘技术，轻松煮出蓬松饱满有嚼劲的米饭；飞利浦Airfryer空气炸锅HD9240，采用专利高速空气循环技术，少油或无油即可做出脂肪量极少的美味点心和美餐。这些创新产品，全部从消费者需求出发，在使用中真正解决消费者的实际烦恼和问题。

全国巡演“好声音”人气学员邀你面对面

到场的好声音人气学员王克除了演绎其经典曲目、参与互动，还将和观众分享他与飞利浦创新产品“亲密接触”的过程，同时将“健康舒适、优质生活”理念传递给大众。

邀您共享创新产品优惠带回家

除了“好声音”学员王克的现场助阵，10月24日~26日于苏宁宁波万达广场店举办的飞利浦“点赞好声音，畅享优生活”品牌路演还将有“明星同款”产品的生动演示和劲爆促销活动回馈热情参与的消费者。更多优惠，更多惊喜，尽在“飞利浦创新优生活”活动现场。



DAMIANI玳美雅 90年的卓越与激情

2014年，时值意大利高级珠宝品牌DAMIANI玳美雅创立90周年纪念，为庆祝集团成立90周年，DAMIANI玳美雅将其位于佛罗伦萨皮蒂宫菲奥里诺大厅的现代艺术画廊向公众开放，18件曾荣获堪称珠宝界奥斯卡奖——国际钻饰大奖的非凡金匠工艺饰品于此展出，同时也带来DAMIANI玳美雅集团90周年专属创意饰品。

DAMIANI玳美雅于1924年成立于意大利亚历山德里亚省的瓦伦萨，创始人是被誉为天才金匠的Enrico Grassi Damiani，在之后的发展历程中，基于尊重卓越品质和工匠传统，DAMIANI玳美雅创造出了具有标志性的现代珠宝款式。2010年8月15日，DAMIANI玳美雅入驻宁波和义大道购物中心，这也是DAMIANI在中国大陆地区开设的首家旗舰店。DAMIANI玳美雅是经典意大利制造的代名词，始终坚持着手工打造以保障细节的完美，每一件作品都是意大利高级珠宝的唯美表达。

同时，一本讲述DAMIANI玳美雅品牌历史的书籍亦在品牌90周年庆期间面市，这部名为《玳美雅——欲望炼金术》的书籍由意大利传奇影星、DAMIANI玳美雅的品牌挚友Sophia Loren(索菲亚·罗兰)撰稿，曾任《Modo》设计杂志社社长的知名品



牌策划人Cristina Morozzi担任编辑，以详实繁复的图片向世界展示了DAMIANI玳美雅的新颖创意和精美工艺，彰显出奢华优雅的意大利风格。

“高歌猛进”式势头止步，全行业开启调整模式 高端化趋势，已成为我国家电市场新亮点

我国某市场研究机构目前对家电线下核心卖场的零售检测数据显示，“高端化”趋势正日益显著。今年十一黄金周期间，彩电、冰洗空、厨卫、小家电等各品类家电，高端化产品销售增幅明显走高，有力拉动各品类整体均价的提升。

从公布的数据看，“高大智曲”产品的渗透率持续走高，带动了彩电的产品升级，超高清UHD电视零售量渗透27.3%，同比上升23%；50英寸以上零售量渗透35.7%，同比上升7%；智能电视零售量渗透64.4%，同比上升7%；曲面电视零售量渗透达1.4%。这些都与彩电市场整体零售额同比下滑15.6%的降幅形成明显对比。白电产品也是如此，尽管价格战厮杀激烈，但并没有改变结构提升主线，中高端产品增幅明显。

事实上，国庆长假市场呈现出的市场特点正是目前家电行业面临形势的缩影。“家电下乡”、“节能惠民工程”等过去几年长期的家电补贴政策带来了市场消费透支，使得家电的更新需求较低，加上宏观经济放缓，以及房地产市场持续疲软给家电消费带来不利影响，家电行业再难持续此前一路“高歌猛进”的势头了，开始步入调整周期。

目前，国内家电厂商纷纷加大在中高端产品领域的投入和布局。创维新成立空调企业，以定位中高端的智能互联网空调产品为核心。本月早些时候刚刚投产的TCL家电(合肥)产业园，启动的就是TCL年产800万台冰箱、洗衣机的中高端冰洗生产线，当时TCL集团董事长兼CEO李东生就表示，这是TCL冰洗产业向中高端智能化战略转型升级、提升

家电产业竞争力的重要举措。

今年以来，智能家居风潮也为国内家电企业的高端转型提供了契机和推动力。国内家电企业纷纷布局智能家居领域，智能家居是移动互联网硬件变革的重要组成部分，对于家电产品的智能化、网络化提出更高的要求，推动家电企业不断创新，作为新产品新趋势，这部分智能产品定位都在家电产品中的中高档次。

而国家也释放了要偏向家电高端产品发展的信号。一直在提要实施的节能产品领跑政策，与此前家电下乡、节能补贴等普惠制不同，覆盖的范围仅仅是市场上能效等级较高的产品，意在推动家电产品结构升级，促进节能高端产品的增长。

任敏



图为家电市场的工作人员正在向客户介绍新推出家电的性能。